



# SPRECO: TRA BUON PROPOSITI E CATTIVI COMPORAMENTI

LINO ENRICO STOPPANI, presidente FIPE

Il 16 ottobre si è svolta la Giornata Mondiale dell'Alimentazione, con l'obiettivo di progettare e promuovere **un mondo sostenibile in cui tutti possono avere regolare accesso al cibo**. Il tema è indifferibile, ma con scarsa incisività nelle soluzioni: al volontariato viene affidato il compito di assistere gli indigenti, mentre il resto della popolazione è indifferente al problema, soprattutto nelle sue scelte quotidiane. **Al riguardo, si sperava che Expo Milano 2015 innescasse un cambiamento culturale profondo, capace di generare azioni durevoli negli anni**: una risposta efficace al monito di Papa Francesco contro il 'paradosso dell'abbondanza', che divide il mondo in chi spreca risorse, da una parte, e chi muore di fame e sete, dall'altra.

Tuttavia, ancora oggi, l'Osservatorio Waste Watcher International, che studia i dati sullo spreco alimentare nel mondo, rilascia dati di persistente gravità del fenomeno, che è andato peggiorando per i cambiamenti climatici e gli effetti delle guerre, rendendo difficile il raggiungimento degli obiettivi dell'Agenda ONU, tra cui, **entro il 2030, dimezzare lo spreco alimentare globale pro-capite**.

I dati italiani non confortano, visto **che il cibo sprecato in Italia è cresciuto a 9,2 miliardi di euro** (674 grammi pro capite ogni settimana, 80 grammi in più rispetto alla precedente rilevazione). **Inoltre, siamo al primo posto nell'UE nella assai poco edificante classifica per il consumo idrico per la produzione alimentare** (con 11,9 miliardi di metri cubi di acqua destinati all'agricoltura e alla zootecnia), consumando da soli il 10% del fabbisogno idrico di tutto il continente africano. **I buoni propositi, quindi, devono trasformarsi in coerenti e responsabili comportamenti**, riprendendo i valori della *Carta di Milano*, eredità

valoriale di Expo, che ribadisce il patrimonio di valori etici, sociali, culturali, storici e ambientali condensati nel cibo e promuove azioni virtuose di consumatori, produttori e distributori.

Le idee sono numerose, tutte attuabili, **a partire dalle proposte alle scuole**, con il rafforzamento dei programmi di sensibilizzazione che correggano i comportamenti dei consumatori, **l'adozione di tecniche di packaging dei prodotti** che ne allunghino la durata, **la gestione delle informazioni sull'etichetta**, soprattutto quelle riguardanti la *shelf-life* dei prodotti, e **la diffusione di confezioni ridotte**, che evitino gli sprechi. Sulle abitudini fuoricasa **la ristorazione ha un ruolo preciso e dirette responsabilità**, sulle quali oggi non è ammesso nessun disimpegno. Infatti, se proprio **sul riuso e la valorizzazione degli avanzi o delle parti meno nobili dei prodotti** è stato costruito lo straordinario patrimonio di ricette della cucina italiana, altra strada va ancora intrapresa sulle **tecniche di porzionamento, di rotazione e di conservazione dei prodotti**, superando anche gli anacronistici pregiudizi sulla surgelazione e congelazione, testimoniati dal mantenimento dell'obbligo dell'asterisco sui prodotti abbattuti.

Fipe-Confcommercio sullo spreco ha promosso il **'Rim-piattino'**, la versione italiana della *doggy-bag*, che non è la soluzione al problema, ma rappresenta comunque un necessario segnale di sensibilizzazione in grado di contrastare le resistenze culturali o gli imbarazzi individuali. L'unica vergogna è, infatti, girarsi dall'altra parte, perché **se sostenere con i propri (cattivi) comportamenti il 'paradosso dell'abbondanza' non è mai stato etico, oggi non è più nemmeno, e in alcun modo, sostenibile**.

